

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata merupakan sektor yang berdampak terhadap perekonomian di Indonesia. Sektor Pariwisata juga memiliki peranan penting dalam perkembangan dan kontribusi bagi Indonesia. Melalui penerimaan devisa, pengembangan wilayah, pendapatan daerah, pengembangan usaha serta investasi dan tenaga kerja yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

Melalui artikel Tribunnews.com yang diungkapkan dalam acara Ini Talk Show yang videonya diunggah ke kanal YouTube Ini Talk Show, Sabtu (9/11/2019). Wawancara dengan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio yang baru bertugas menyatakan bahwa saat ini sektor pariwisata menjadi penghasil devisa nomor dua di Indonesia. Dan akan ditargetkan untuk menjadi nomor satu. Berikut peringkat lima besar penyumbang devisa terbesar di Indonesia berdasarkan data terakhir dari BPS dan Kementerian Perindustrian.

TABEL 1
Penyumbang Devisa Terbesar di Indonesia

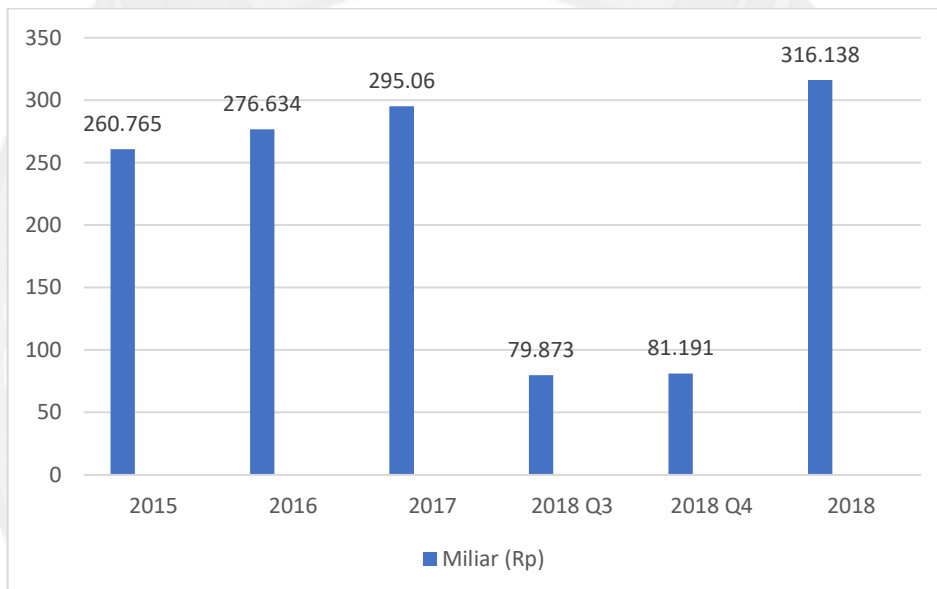
No.	Sektor	Pendapatan (triliun)
1	Hasil Ekspor Kelapa Sawit	Rp. 239
2	Jasa Pariwisata (Turis Asing)	Rp.190
3	Ekspor Migas	Rp.170
4	Ekspor Tekstil	Rp. 159
5	Ekspor Batubara	Rp. 150

Sumber : Kementerian Perindustrian (2020)

Menteri Perindustrian telah memproyeksikan bahwa industri penyedia makanan dan minuman yang akan tetap menjadi salah satu sektor andalan untuk menopang pertumbuhan manufaktur dan perekonomian nasional. Karena dapat dilihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB). Yang merupakan indikator pengukuran untuk mengetahui kondisi perekonomian negara dalam suatu periode tertentu.

GAMBAR 1

Produk Domestik Bruto pada Industri Penyediaan Makan Minum



Sumber : Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia (2020)

Semua manusia memiliki kebutuhan dasar yaitu sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia secara individu untuk mempertahankan keseimbangan fisiologis maupun psikologis yang dapat menstimulasi respon untuk mempertahankan keutuhan hidup atau integritas. Menurut Maslow (1970), kebutuhan dasar manusia dibagi menjadi lima bagian yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman dan perlindungan, rasa cinta, memiliki dan dimiliki, serta kebutuhan harga diri dan aktualisasi diri. Kebutuhan makanan dan minuman termasuk di dalam fisiologi

yang merupakan suatu kebutuhan yang tidak bisa dihindari oleh setiap individu.

Tetapi pada saat ini bisnis industri pariwisata khususnya bidang penyedia makanan dan minuman yang sedang berkembang pesat-pesatnya dihambat dengan adanya pandemi Covid-19 yang melanda di seluruh dunia. Melemahnya industri pariwisata akibat pandemi Covid-19 ini dirasakan juga oleh Indonesia. Beberapa destinasi, restaurant dan café mengalami penurunan jumlah pengunjung bahkan sampai ada yang terpaksa tutup karena adanya pandemi Covid-19 ini.

Seperti restoran Pizza Hut yang di Kelola oleh NPC International selaku pemegang 1.200 gerai Pizza hut dan sekitar 400 restoran cepat saji lainnya yang telah mengajukan pailit karena terlibat hutang 1 miliar US Dollar. Penyebabnya bukan lain karena pandemi Covid-19 ini yang telah membatasi aktivitas bisnis restoran. Kerugian yang dialami disebabkan oleh menurunnya pendapatan sementara biaya operasional, tenaga kerja dan bahan makanan tetap meningkat. Dan melalui wawancara terhadap CEO NPC Divisi Pizza Hut Jon Weber mengatakan mereka akan mengevaluasi dan mengoptimalkan portfolio restoran, sehingga berada diposisi terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Sebagai industri penyedia makanan dan minuman dimasa pandemi Covid-19 haruslah mematuhi protokol kesehatan untuk mencegah resiko penularan virus Covid-19. Maka dari itu Asosiasi Pengusaha Jasa Boga Indonesia (APJI) telah menerapkan pembatasan jam operasional dari pukul 06.00 hingga 00.00

untuk melayani makan ditempat (*dine in*). Protokol kesehatan bagi masing-masing pribadi juga telah ditentukan oleh Lembaga Kesehatan dunia *World Health Organization (WHO)* diantaranya menjaga kebersihan tangan, selalu menggunakan masker jika berada di luar rumah, menjaga jarak dengan orang lain, serta menjaga kesehatan dengan menimbang gizi asupan makanan dan berolahraga.

Dengan saling bekerja sama untuk menghadapi pandemi Covid-19 ini pemerintah menghimbau untuk saling menjaga jarak satu sama lain. Tetapi tidak bisa dihindari bagi orang yang bekerja di perkantoran yang secara tidak langsung berada didalam suatu ruangan tertutup yang merupakan sutau potensi untuk tertular virus Covid-19. Kementrian Kesehatan telah mencatat berbagai klaster penyebaran virus ini.

Dan Wiku Adisasmito selaku juru bicara Satgas Penanganan Covid-19 yang mengatakan bahwa perkantoran merupakan salah satu dari delapan klaster yang cukup mendapat perhatian dari pemerintah. Dinas Kesehatan Provinsi DKI Jakarta juga telah melansir setidaknya terdapat 440 karyawan di 68 perkantoran di DKI Jakarta yang telah dinyatakan positif Covid-19. Kementrian Kesehatan telah mengeluarkan protokol kesehatan yang harus diterapkan perkantoran selama di tempat kerja diantaranya ;

1. Setelah sampai, segera untuk mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir.
2. Untuk membuka pintu dan menekan tombol lift gunakan siku.

3. Menjaga jarak di lift dengan posisi saling membelakangi dan tidak berkerumun.
4. Membersihkan area kerja / meja dengan disinfektan.
5. Mengupayakan agar tidak sering menyentuh fasilitas dan peralatan yang dipakai bersama di area kerja.
6. Menjaga jarak tetap dilakukan dengan rekan kerja minimal 1 meter.
7. Usahakan ruang kerja terdapat aliran udara dan masuk sinar matahari.
8. Membiasakan untuk tidak bejabat tangan.
9. Selalu menggunakan masker.

Lembaga Kesehatan dunia *World Health Organization (WHO)* telah mengakui bahwa virus Covid-19 memiliki potensi menular melalui udara. Dan biasanya gedung perkantoran merupakan tempat tertutup dan tidak memiliki sirkulasi udara yang baik. Dengan masalah tersebut penulis memiliki ide untuk membuat suatu tempat terbuka untuk sarana berekreasi atau keperluan bertemu dengan tetap melaksanakan protokol kesehatan yang ada.

Bisnis café co-working yang sudah mulai banyak di beragam kota. Mulai dari kota-kota besar seperti Jakarta, Banjarmasin, Surabaya dan di kota-kota pelajar seperti Bandung, Yogyakarta dan Malang. *Café* dengan konsep *Co-working space* telah memudahkan customer baik dari kalangan mahasiswa, pekerja kantoran, maupun pekerja kreatif yang tidak memiliki kantor fisik.

Dengan membuat sebuah *Rosewood Co-working Café* yang merupakan kombinasi antara ruang kerja sekaligus café. *Rosewood Co-working Café* memiliki indoor dan outdoor. Konsep *modern minimalist* akan menjadi suatu

daya tarik tersendiri. *Rosewood Co-working Café* menawarkan tempat yang menarik, suasana yang nyaman dan menawarkan berbagai fasilitas penunjang serta makanan dan minuman untuk menemani pada saat bekerja.

Seharusnya kota besar seperti di Jakarta merupakan tempat yang sangat cocok untuk membuka bisnis makanan dan minuman. Namun lahan yang tersedia sudah tidak banyak. Hal tersebut membuat pergeseran dalam membuka usaha ke daerah sekitar DKI Jakarta seperti Tangerang, Bekasi, Depok dan Bogor. Tangerang sudah menjadi salah satu wilayah yang mulai berkembang yang dibuktikan dengan laju penduduk Kota Tangerang dalam lima tahun terakhir

Jumlah penduduk di Kota Tangerang Selatan termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut yang menjadi salah satu faktor berkembangnya Kota Tangerang Selatan secara stabil dan signifikan. Wilayah Tangerang Selatan memiliki penduduk yang padat dan merupakan wilayah yang sedang dalam pengembangan.

Bumi Serpong Damai (BSD) merupakan kota terencana yang berada di kecamatan Serpong. Dan *Rosewood Co-working Café* akan dibuka di Ruko Vanya Lakeside, BSD. Dikarenakan akses yang mudah, infrastruktur transportasi yang menunjang, banyaknya tempat hiburan, pusat perbelanjaan, sekolah, universitas, perumahan serta yang terpenting banyaknya tersedia ruang terbuka hijau yang sekarang ini sedang dibutuhkan.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Sebagai pihak wirausahawan yang mendirikan, membuat dan mengembangkan suatu usaha bisnis di bidang industri pariwisata sebaiknya memiliki daftar tujuan yang tersusun agar dalam menjalankannya dapat lebih teratur dan terarah. Dan dibutuhkan modal yang terukur dan sesuai dengan yang dibutuhkan untuk mewujudkan bisnis yang layak dan dapat mencapai tujuan secara maksimal.

Dan untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan studi kelayakan bisnis yang mempunyai fungsi sangat penting bagi semua pihak baik para pemilik, karyawan, konsumen, serta pihak yang berkaitan. Tujuan dari studi kelayakan bisnis dibagi menjadi dua yaitu tujuan utama yang mengkaji kelayakan bisnis dari masing-masing aspek, yakni aspek pemasaran, aspek operasional, aspek organisasi dan SDM, serta aspek keuangan, sedangkan sub tujuan yang berupa hal-hal lain yang berhubungan dengan bisnis ini.

Tujuan utama dari studi kelayakan bisnis adalah:

1. Mengetahui layak atau tidaknya bisnis *Rosewood Co-working Café*, bila dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, sehingga dapat membantu dalam menentukan target pasar yang sesuai dengan produk yang ditawarkan.
2. Mengetahui layak atau tidaknya bisnis *Rosewood Co-working Café*, bila dilihat dari aspek operasional, bagaimana proses pembuatannya dan setiap karyawan yang bekerja dengan fasilitas yang ada untuk menjalankan bisnis tersebut.
3. Mengetahui layak atau tidaknya bisnis *Rosewood Co-working Café*, bila dilihat dari aspek organisasi dan manajemen, sehingga pembagian tugas

dan tanggung jawab karyawan di dalam bisnis tersebut dapat terpapar dengan jelas.

4. Mengetahui layak atau tidaknya bisnis *Rosewood Co-working Café*, bila dilihat dari aspek keuangan yang memungkinkan untuk mengetahui dan memperkirakan biaya yang dibutuhkan agar bisnis tersebut dapat berjalan dan memprediksi waktu yang dibutuhkan untuk dapat mencapai titik balik modal.

Kemudian sub tujuan dari studi kelayakan bisnis ini adalah:

1. Menciptakan lapangan pekerjaan dan membantu mengurangi angka pengangguran, serta memberikan peluang dan kesempatan bagi orang-orang sekitar untuk mendapatkan pengetahuan di bidang industri makanan dan minuman.
2. Membantu meningkatkan pendapatan negara dengan membayar pajak.
3. Meningkatkan kualitas dan keberagaman industri pariwisata Indonesia dengan menyediakan pelayanan profesional, serta produk yang berkualitas dan menarik.

C. Metodologi

Dalam studi kelayakan bisnis diperlukan data yang *valid* dan *reliable* agar menghasilkan hasil yang sesuai. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara metode ilmiah agar didapat data yang nyata, akurat dan terpercaya. Berikut merupakan beberapa cara yang akan dilakukan untuk menghasilkan data:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018, hal. 213), data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data. Sumber data primer yang diperoleh *Rosewood Co-working Café* dilakukan dengan dua cara yaitu sebagai berikut :

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018, hal. 142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan suatu Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis atau seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya. Dalam pengumpulan data melalui pembagian kuesioner ini berguna untuk melihat *need and wants* pelanggan yang saling berhubungan dan berkaitan serta dapat mendukung berjalannya *Rosewood Co-working Café*.

Pembagian kuesioner dilakukan secara *online*. Kuesioner akan dilakukan dan terdiri dari dua bagian besar. Bagian pertama tentang demografi dari responden yang berguna untuk melakukan Analisa strategi pemasaran yang terdiri dari *segmentasi, targeting dan positioning* (STP). Dan di bagian kedua akan membahas mengenai pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 8P yaitu *product, price, promotion, place, people, packaging, programming and partnership*, sesuai dengan teori Morisson (2010).

- 1) Informasi yang ingin didapatkan dari responden
- 2) Target Populasi & Metode Sampling (probabilitas & non-probabilitas, sample frame, sample size, persyaratan responden,

waktu penyebaran kuesioner, lokasi, dan berbagai hal yang terkait dengan teknik penyebaran kuesioner).

3) Uji Validitas dan Realibilitas.

4) Kuesioner

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018, hal. 213) mengatakan bahwa data sekunder adalah data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data, biasanya dalam bentuk dokumen, file atau melalui orang lain. Penulis mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber mulai dari buku, berita, artikel, jurnal online dan peneliti terlebih dahulu sebagai pelengkap data maupun penunjang data.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Sejarah *Co-working Space*

Pada Januari 2002 dibuka sebuah tempat yang memiliki konsep seperti *co-working space* yang bernama Schraubenfabrik di kota Wina, Austria. Tempat ini didirikan oleh Stefan Leitner-Sidl dan Michael Poll dan sekarang dijuluki sebagai *Mother of Co-working*. Nama *Co-working Space* kemudian dicetuskan oleh Bernard brian DeKoven pada tahun 1999.

Namun pada tanggal 9 Agustus 2005 baru muncul tempat pertama yang menggunakan nama *co-working* di San Fransisco, Amerika Serikat. Kemudian tanggal tersebut digunakan sebagai tanggal lahirnya *co-working space* pertama di dunia.

2. Pengertian *Co-working Space*

Co-working Space (ruang bersama) merupakan sebuah tempat bagi individu-individu yang memiliki latar belakang pekerjaan ataupun bisnis bekerja dalam suatu tempat. Definisi tersebut berasal dari kata ‘*Co-working*’ yang memiliki arti kerjasama atau berkolaborasi.

Sebuah *co-working space* biasanya mengusung konsep *open space* agar memudahkan setiap individu untuk berinteraksi juga memiliki suasana yang mendukung produktivitas kerja pengunjungnya. *Co-working Space* akan memberikan fasilitas berupa meja, computer, serta koneksi internet yang stabil agar mendukung penggunaanya bekerja.

Tidak hanya itu, *co-working space* juga menjadi jawaban atas permasalahan biaya operasional gedung yang terus meningkat. Karena kantor sudah disediakan oleh penyedia *co-working space*, pengusaha tidak perlu lagi mengeluarkan biaya ekstra untuk menyewa gedung, membeli furniture seperti kursi dan meja, membayar internet pengelolaan kantor (*maintenance*), ataupun mempekerjakan resepsionis atau keamanan.

3. Jenis Pelayanan

Di dalam dunia usaha yang mementingkan pelayanan terutama bidang pelayanan jasa dan *food & beverage*, memiliki berbagai macam sistem pelayanan diantaranya :

a. *Table Service*

Table service merupakan suatu sistem pelayanan dimana konsumen duduk menghadap meja, langsung memesan makanan dan minuman

kepada pelayan dan pesanan tersebut akan segera diantarkan ke meja konsumen.

b. Counter Service

Counter service merupakan suatu sistem pelayanan dimana konsumen yang datang duduk di counter. Dan apabila makanan dan minuman yang sudah dipesan sudah siap akan segera disajikan kepada tamu di counter. Counter yang dimaksud adalah meja Panjang yang membatasi dua ruangan yaitu bar dengan ruangan café.

4. Jenis Menu

Menurut Endar Sugiarto dan Sulartiningrum (2001, hal. 106), menu merupakan daftar makanan telah disediakan untuk pelanggan. Berikut berbagai jenis menu yang akan digunakan yaitu :

a. A La Carte Menu

A La Carte Menu diartikan sebagai menu bebas yang berdasarkan pada pilihan tamu atau pelanggan. Pelanggan dapat bebas memilih jenis makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan maupun pilihannya tanpa harus terikat dengan aturan penyajian.

b. Table D'hote Menu

Table D'hote Menu merupakan suatu daftar makanan yang membentuk atau tersusun di dalam satu set makanan dengan satu harga yang pasti.

c. Cafeteria / Café

Cafeteria / Café merupakan sebuah restoran yang tidak besar dan biasanya hanya menjual kue, sandwich, kopi dan teh. Pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol.

d. *Inn Tavern*

Inn Tavern merupakan restoran yang relatif terjangkau, dijalankan oleh individu di pinggir kota. Suasananya sangat ramah dan akrab dengan konsumen dan menawarkan masakan yang lezat.

5. Fasilitas

a. Meja kerja

Meja yang akan digunakan pastinya yang berkualitas bagus dan kuat untuk menahan beban berat seperti laptop dan komputer. Terdiri dari berbagai macam jenis meja mulai dari single desk hingga yang bentuknya melingkar agar dapat digunakan oleh beberapa pelanggan sekaligus.

b. Akses Internet

Jaringan internet dengan kecepatan yang tinggi merupakan suatu hal yang wajib, karena sebagian besar aktivitas pelanggan berhubungan dengan dunia online yang dimana membutuhkan jaringan internet.

c. Pilihan paket

Pilihan paket yang lengkap dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang dapat disesuaikan dengan kebutuhannya. Pelanggan dapat datang langsung dan bisa melakukan reservasi

sebelumnya agar mendapatkan tempat dengan mudah karena *Rosewood Co-working Café* memiliki kuota yang terbatas.

Co-working space berasal dari bahasa Inggris yang berarti ruang yang digunakan untuk bekerja, menghasilkan karya secara bekerja sama baik antar individu maupun perusahaan yang memiliki latar usaha berbeda. *Coworking space* memiliki keuntungan yang dibutuhkan dalam berbisnis yang saat ini sangat penting yaitu jaringan dan kolaborasi.

Rosewood Co-working Café merupakan kombinasi antara *co-working space* tempat yang menawarkan ruang kerja dengan café yang menyediakan makanan dan minuman. *Rosewood Co-working Café* diharapkan memberi pengalaman yang terbaik untuk pelanggan dengan suasana yang nyaman dan aman. Jenis makanan yang ditawarkan berupa makanan ringan dan beberapa jenis makanan *western* dan *asian*.

Penyajian menu di *Rosewood Co-working Café* adalah menu *a la Carte* dan juga menyediakan paket harga. Pelanggan bebas memilih makanan dan minuman yang berada di menu. Dan jenis pelayanan yang digunakan adalah *table service*. Pelanggan akan dipersilahkan duduk di meja yang telah disiapkan dan diberikan menu oleh pelayan. Kemudian pelayan akan mencatat pesanan pelanggan tersebut dan jika sudah siap akan langsung diantarkan ke meja pelanggan.